

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 28 aprile 2011;

SENTITO il Relatore Dottore Salvatore Rebecchini;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “*Codice del Consumo*”, come modificato dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146 (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*”, adottato con delibera dell’Autorità del 15 novembre 2007, pubblicata nella G.U. n. 283 del 5 dicembre 2007, ed entrato in vigore il 6 dicembre 2007 (di seguito, Regolamento);

VISTO i propri provvedimenti del 16 febbraio e 9 marzo 2011, con cui, ai sensi dell’art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Alitalia - Compagnia Aerea Italiana S.p.A. (di seguito, anche “Alitalia”), in qualità di professionista ai sensi dell’art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, sulla base dell’ultimo bilancio disponibile (chiuso al 31 ottobre 2009), ha realizzato un fatturato consolidato pari a oltre 2,9 miliardi di euro registrando perdite per oltre 326 milioni euro.

2. Un consumatore, in qualità di segnalante e parte del procedimento ai sensi dell’art. 10 del Regolamento.

II. LE PRATICHE COMMERCIALI

3. Sulla base delle segnalazioni pervenute e di documentazione acquisita d'ufficio, il procedimento concerne le seguenti pratiche commerciali poste in essere da Alitalia nello svolgimento della propria attività:

A) *Modalità di indicazione del prezzo dei biglietti aerei nel proprio sito internet in lingua italiana (www.alitalia.com/IT), nonché nel sistema di prenotazione on line*

4. La contestazione riguarda le modalità di indicazione del prezzo dei biglietti aerei offerti da Alitalia tramite il proprio sito *internet* in lingua italiana (*www.alitalia.com*), con specifico riferimento all'assenza di un'immediata, chiara e completa informazione in merito alla previsione, alla natura e alle modalità di calcolo di un onere aggiuntivo (di seguito, anche "credit card surcharge" o "supplemento carta di credito"), di importo rilevante rispetto a quello del biglietto stesso, richiesto dal professionista, al termine del processo di prenotazione *on line*, in funzione della carta di credito/debito utilizzata dal consumatore per il pagamento della transazione.

5. In particolare, in varie segnalazioni pervenute nel corso del 2010 e del 2011, anche tramite la Direzione *Contact Center*¹, alcuni consumatori e Associazioni di consumatori lamentavano l'applicazione di un costo aggiuntivo di 5 euro per passeggero, di cui l'utente veniva avvertito solo al momento di effettuare la scelta tra le carte di credito/debito accettate dal professionista ai fini del pagamento.

6. Successive verifiche del sito *internet* del professionista, effettuate d'ufficio nel mese di ottobre 2010², confermavano l'intempestività dell'informazione circa l'esistenza e l'importo del supplemento applicato in caso di pagamento con carta di credito, fornita solo a conclusione del processo di prenotazione *on line*³.

7. Nella *home page*, infatti, tale informazione è assente e raggiungibile solo mediante il *link* ipertestuale posto in corrispondenza della scritta "metodi di pagamento" (presente nella sezione sinistra della pagina e dedicata alla ricerca dei voli) o il *link* posto in corrispondenza di "e-service" (presente sul

¹ Vd. doc. n. 1; doc. n. 3; doc. n. 6; doc. n. 9 e doc. n. 23.

² Vd. doc. n. 11.

³ Dalle rilevazioni compiute è, altresì emerso che nessun costo aggiuntivo è previsto in caso di pagamento con "Pago on line" (riservato ai clienti Unicredit), "Banco Poste" (riservato ai clienti di Poste italiane) e "Pago in Conto" (riservato ai clienti del Gruppo Intesa San Paolo).

menu orizzontale della home page) e accedendo a una finestra in cui sono precisate le condizioni per il pagamento con carta di credito. Peraltro, le specifiche offerte tariffarie reclamizzate nella *home page* riportano i prezzi per varie tratte sia nazionali che estere con l'inciso *“tutto incluso”*.

8. Prima della fase conclusiva dell'*iter* di prenotazione *on line* nella schermata *“Scegli il volo”* dove sono riportati i dati del volo prescelto, compreso il prezzo per la varie tariffe disponibili (*i.e.*: *“promo”*, *“facile”*, *“comoda”* e *“libera”*) è, presente l'avvertenza *“Per alcuni metodi di pagamento potrebbe applicarsi un supplemento di 5 euro per biglietto”*.

B) L'indicazione in lingua inglese delle Condizioni tariffarie

9. Da accertamenti d'ufficio effettuati il 1° ottobre 2009 risultava che sull'indicato sito *internet* del professionista le condizioni tariffarie che il consumatore deve necessariamente accettare, con apposita spuntatura, al fine di poter procedere all'acquisto del/i biglietto/i, sono redatte solo in lingua inglese⁴.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

1) L'iter del procedimento

10. In data 7 ottobre 2010 è stato comunicato ad Alitalia l'avvio del procedimento istruttorio PS5530⁵, per verificare la violazione degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo in relazione alle pratiche commerciali sopra descritte.

11. In data 5 novembre 2010 è pervenuta, da parte di Alitalia, una memoria difensiva e di risposta alla richiesta di informazioni trasmessa contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento⁶.

12. In data 23 novembre 2010 è pervenuta da un segnalante un'istanza di partecipazione al procedimento ai sensi dell'art. 10 del Regolamento⁷, che è stata accolta con comunicazione inviata al medesimo e ad Alitalia rispettivamente in data 25 e 30 novembre 2010⁸.

⁴ Vd. doc. n. 11.

⁵ Vd. doc. n. 12.

⁶ Vd. doc. n. 16.

⁷ Vd. doc. n. 18.

⁸ Vd. doc. n. 19 e n. 21.

- 13.** Il 7 gennaio 2011 è pervenuta un'ulteriore memoria del professionista⁹.
- 14.** Il 21 gennaio 2011 è pervenuta una memoria da parte del segnalante interveniente¹⁰.
- 15.** In data 10, 15 e 21 febbraio 2011 sono state acquisite al fascicolo alcune schermate tratte dal sito *internet* di Alitalia sia in lingua italiana sia nelle lingue di altri Paesi europei (Spagna, Francia; Inghilterra/Irlanda; Germania; Belgio)¹¹.
- 16.** Il 10 febbraio 2011 è stato comunicato alle Parti il termine di conclusione della fase istruttoria ed è stato contestualmente richiesto al professionista di fornire ulteriori informazioni¹².
- 17.** In data 14 e 15 febbraio 2011 il professionista ha fornito le informazioni richieste¹³.
- 18.** In data 22 febbraio 2011 è stato comunicato alle Parti il provvedimento di proroga del termine di chiusura del procedimento, deliberato dall'Autorità il 16 febbraio 2011¹⁴ ed è stata, altresì, inviata la richiesta di parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (di seguito anche AGCOM)¹⁵.
- 19.** In data 18 marzo 2011 è stato comunicato alle Parti l'ulteriore provvedimento di proroga del termine di chiusura del procedimento, deliberato dall'Autorità il 9 marzo 2011¹⁶.
- 20.** In data 5 aprile 2011 è pervenuto il parere dell'AGCOM¹⁷.

2) *Le evidenze acquisite*

A. *Con riguardo al credit card surcharge*

I. Modalità redazionali di prospettazione dell'esistenza e del costo connesso al pagamento con carta di credito nel sito internet in lingua italiana www.alitalia.com/IT

21. Dalle rilevazioni compiute d'ufficio sul portale in lingua italiana del professionista è emerso che nella *home page*, dove sono reclamizzate alcune

⁹ Vd. doc. n. 27.

¹⁰ Vd. doc. n. 29.

¹¹ Vd. doc. nn. 34; 38 e 40.

¹² Vd. doc. n. 35.

¹³ Vd. doc. nn. 36 e 37.

¹⁴ Vd. doc. n. 41.

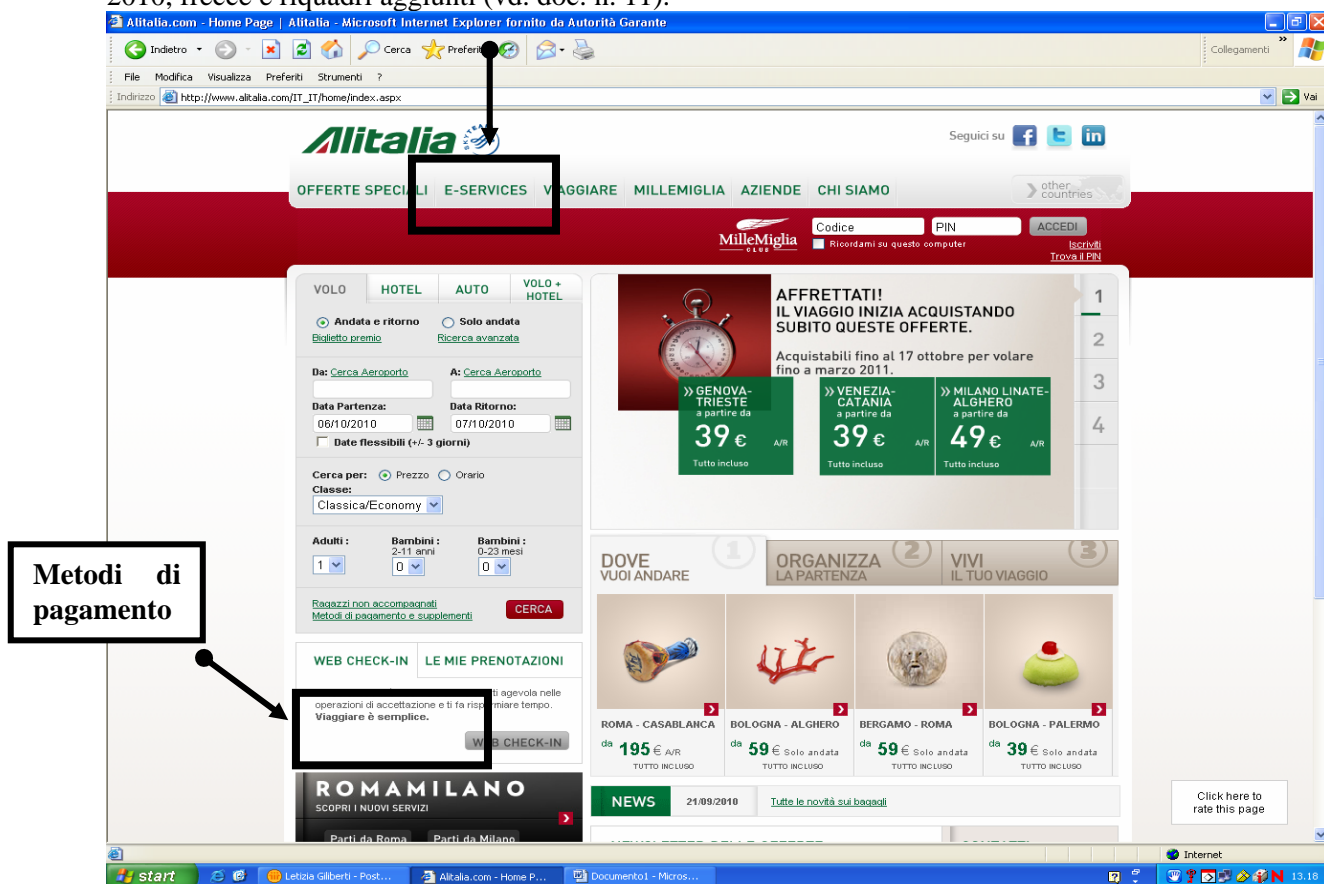
¹⁵ Vd. doc. n. 42. Tale richiesta di parere è stata integrata con comunicazione del 23 febbraio (doc. n. 43)

¹⁶ Vd. doc. n. 46.

¹⁷ Vd. doc. n. 48.

offerte tariffarie, accompagnate peraltro dalla dicitura “*tutto incluso*”, l’informazione circa l’esistenza e l’importo del supplemento carta credito può essere rinvenuta solo tramite il *link* ipertestuale posto in corrispondenza di “*metodi di pagamento e supplementi*” (poi modificato in “*metodi di pagamento e diritto amministrativo*”¹⁸), ovvero tramite il *link* ipertestuale “*metodi di pagamento*” presente all’interno della pagina corrispondente all’opzione “*e-service*” disponibile nel *menu* orizzontale (vd. schermata n. 1).

SCHERMATA N. 1: home page del sito internet www.alitalia.com/IT, come rilevata il 1° ottobre 2010, frecce e riquadri aggiunti (vd. doc. n. 11).



22. Nel corso del procedimento, il testo della finestra è stato integrato, rispetto alla versione rilevata con l’accertamento del 5 ottobre 2010, con l’aggiunta dell’indicazione dei metodi di pagamento alternativi alla carta di credito ed esenti dall’addebito del supplemento¹⁹.

¹⁸ Come rilevato nell’accertamento d’ufficio acquisito con il verbale del 10 febbraio 2011 (doc. n. 34).

¹⁹ Vd. doc. nn. 11 e 34. Il testo con l’indicata integrazione è il seguente: “Sul sito web di Alitalia puoi acquistare i tuoi biglietti on line utilizzando diversi metodi di pagamento. Scegli quello che è più utile alle tue necessità. Carta di credito. Queste le carte di credito abilitate all’acquisto sul sito Alitalia: American Express, Mastercard, Visa, Diners Club e Visa Electron. In particolare, in collaborazione con American Express, ti proponiamo Alitalia Card, la Carta di pagamento riservata ai Soci del Programma MilleMiglia: il

23. Inoltre, nel corso del processo di prenotazione *on line* l'informazione in esame è parzialmente riportata nella schermata intermedia "scegli il volo" dove è presente la dicitura "La tariffa include tasse e supplementi. Per alcuni metodi di pagamento potrebbe applicarsi un supplemento EUR 5 per biglietto" (vd. schermata n. 2)²⁰.

SCHEMATA N. 2: rilevazione del 1° ottobre 2010, frecce e riquadro aggiunti (vd. doc. n. 11).

The screenshot shows the Alitalia website interface in Internet Explorer. The main heading is "SCEGLI IL VOLO". Below it, the flight details are: "Hai richiesto: Volo da Roma a Bari, Palese, ANDATA E RITORNO, 2 adulti, classe Classica/Economy". The departure date is 08/10/2011 and the return date is 12/10/2011. There are four fare options: Promo (192.50 EUR), Facile (232.50 EUR), Comoda (824.50 EUR), and Libera (1216.50 EUR). A callout box points to a notice: "La tariffa include tasse e supplementi. Per alcuni metodi di pagamento potrebbe applicarsi un supplemento di EUR 5 per biglietto. Non hai trovato il volo che cercavi? Prova con la Ricerca per orario". At the bottom, a table shows the flight itinerary: Roma, AZ Fiumicino (1601) on Friday, 8 October; Bari, Palese (1604) on Tuesday, 12 October; and the return: Bari, Palese (1604) on Tuesday, 12 October; Roma, Fiumicino (1601) on Friday, 8 October. The price for the selected fare is EUR 192.50.

mezzo più rapido per guadagnare miglia Alitalia con le spese di tutti i giorni. Scopri i dettagli nella sezione MilleMiglia.

Diritto Amministrativo. Su i pagamenti effettuati con carta di credito/debito è prevista l'applicazione di un diritto amministrativo di 5 euro a biglietto, per tutti i passeggeri (eccetto i neonati 0-2 anni non compiuti), ad esclusione dei biglietti per alcune destinazioni nazionali e per alcune tariffe.

Il Diritto Amministrativo non si applica:

- ai biglietti emessi a tariffa promozionale (in classe R e X)
- ai biglietti in tariffe agevolate di Continuità Territoriale (per i residenti in Sardegna)
- ai biglietti premio MilleMiglia.

PagOnline. Il servizio di pagamento che consente ai clienti UniCredit Banca, UniCredit Banca di Roma e Banco di Sicilia di effettuare acquisti sul sito addebitando la spesa direttamente sul conto corrente. BancoPosta. Puoi effettuare acquisti sul sito Alitalia, senza usare la carta di credito ma addebitando la spesa direttamente sul tuo conto BancoPosta. PagoInConto. Se sei un cliente multicanale del Gruppo Intesa San Paolo e hai attivato il servizio di banca via Internet, puoi utilizzare il servizio PagoInConto. PayPal. Se sei in possesso di un account Pay Pal puoi effettuare l'acquisto del tuo biglietto addebitando direttamente la spesa sul tuo conto Pay Pal".

²⁰ Vd. doc. n. 11.

24. Dalla rilevazione d'ufficio del 10 febbraio 2011²¹ l'informazione circa lo scorporo dell'importo del supplemento carta di credito risulta inserita anche nel margine inferiore della schermata "dettaglio biglietto", richiamata da un asterisco posto in corrispondenza della parola "totale" ("Il prezzo non comprende il diritto amministrativo per carte di credito e di debito, 5 euro per Visa, American Express; Mastercard; Diners e Visa Electron"; cfr. schermata n. 3).

SCHERMATA N. 3: rilevazione del 21 febbraio 2011, riquadri e frecce aggiunti (vd. doc. n. 34).

DETTAGLIO BIGLIETTO

Volo	Partenza	Arrivo	Aeromobile	MilleMiglia
AZ 1413	Sabato, 26 febbraio Roma, Fiumicino	Torino, Caselle		0 miglia **
Classe: Economy				
09:15 10:40				

**Miglia minime accumulabili, promozioni e bonus esclusi. Alcune classi tariffarie non danno diritto all'accumulo di miglia.

Dettaglio prezzi:			E-Coupon
1 Adulto/i:	EUR	29.00	Codice: <input type="text"/>
Tasse e supplementi:	EUR	38.83	Informazioni sull'E-coupon
Totale**	EUR	67.83	<input type="button" value="RICALCOLA"/>

*Il prezzo non comprende il diritto amministrativo per carte di credito e di debito (5 € per Visa, American Express, Mastercard, Diners e Visa Electron)

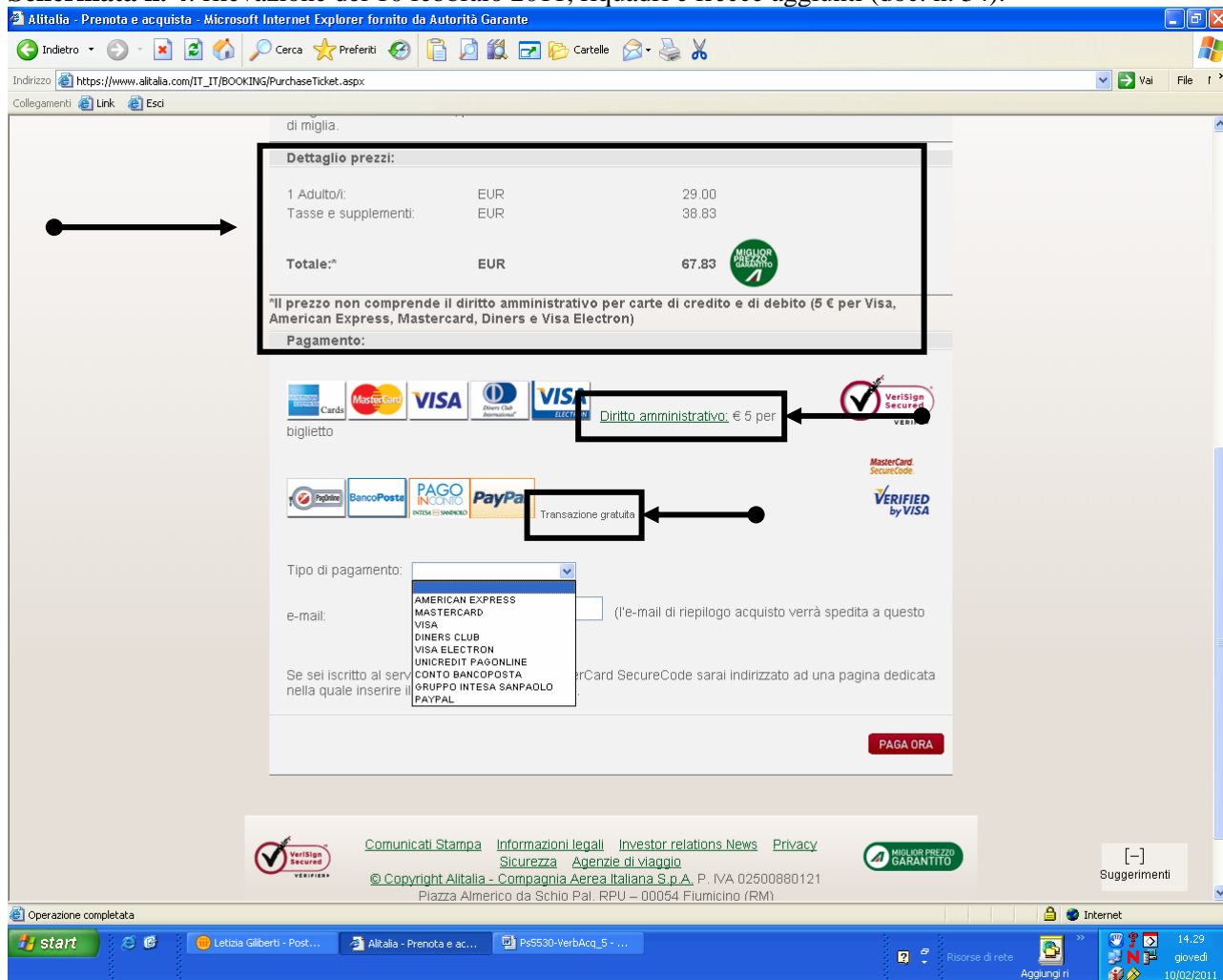
Regole Tariffarie

25. Anche nella sezione dedicata al dettaglio prezzo, dove questo è scomposto per tariffa e tasse e supplementi, il prezzo del/i biglietto/i aereo/i è sempre indicato al netto dell'importo del supplemento carta di credito. Il consumatore acquisisce, pertanto, piena conoscenza della esistenza e dell'importo dell'addebito per il pagamento con carta di credito solo nella

²¹ Vd. doc. n. 34.

fase conclusiva del processo di acquisto *on line*, al momento di scegliere tra le carte di credito accettate dal professionista per il pagamento della transazione, quando il relativo importo è automaticamente aggiunto al prezzo del/i biglietto/i (vd. schermata n. 4).

Schermata n. 4: rilevazione del 10 febbraio 2011, riquadri e frecce aggiunti (doc. n. 34).



II. Periodo di introduzione e relativo importo del credit card surcharge come voce di costo scorporata dal prezzo del biglietto nel sito internet di Alitalia in lingua italiana

26. Lo scorporo dal prezzo dei biglietti aerei offerti dell'importo relativo al supplemento carta di credito è stato introdotto, come affermato dal professionista, a partire dal 18 dicembre 2009, mentre la società ha iniziato la propria attività il 13 gennaio 2009²². L'importo richiesto è sempre rimasto

²² Vd. doc. n. 16.

pari a 5 euro per biglietto (quindi, indipendentemente dalle tratte acquistate)²³.

27. Gli accertamenti effettuati d'ufficio nel sito *internet* in lingua italiana di Alitalia confermano che il supplemento in esame è applicato per singolo biglietto: se con un'unica transazione si acquistano due biglietti per due adulti di sola andata o di andata e ritorno l'importo addebitato è sempre pari a 10 euro²⁴.

28. Dalle ricognizioni compiute emerge, infine, la diversa denominazione che il professionista ha utilizzato per qualificare, nel proprio sito *internet* e nel relativo processo di prenotazione *on line*, l'onere in questione: in alcuni casi denominato supplemento, in altri diritto amministrativo.

III. Ampiezza della pratica: applicazione solo per alcune tariffe e assenza dai siti internet del professionista dedicati ai consumatori di altri Paesi comunitari (Spagna, Francia, Germania, Paesi Bassi, Regno Unito/Irlanda)

29. Dalla documentazione prodotta dal professionista risulta che la maggior parte dei biglietti venduti da Alitalia nel periodo 2009/2010 è stata acquistata in Italia. In particolare, sia nel 2009 che nel 2010, circa il 75% dei biglietti è stato acquistato da consumatori italiani²⁵.

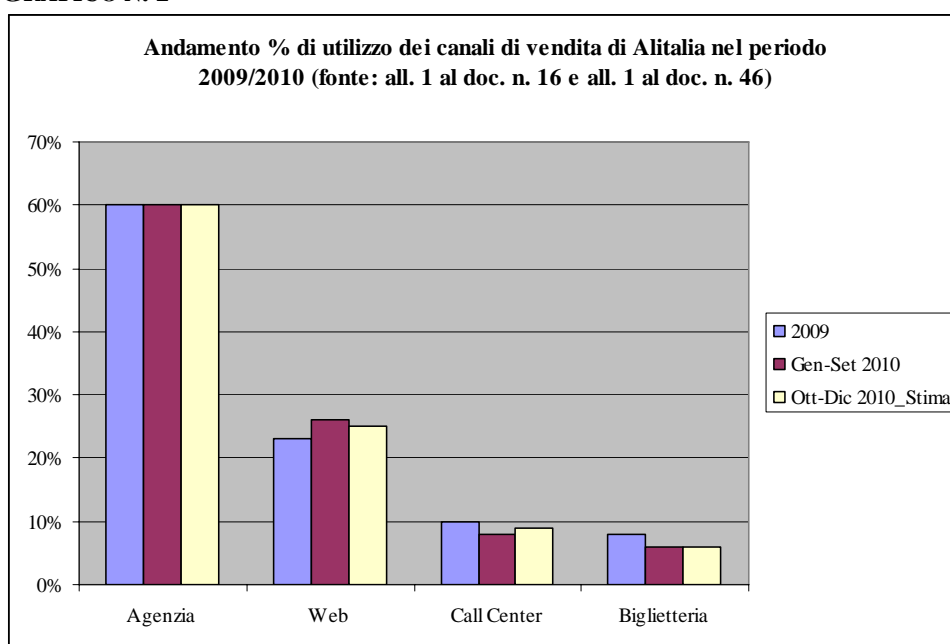
30. Inoltre, sebbene Alitalia – succedendo al vettore di bandiera nazionale – abbia mantenuto un'estesa rete di vendita attraverso il canale agenziale, oltre 2 milioni di biglietti pari a circa un quarto delle vendite di Alitalia nel mercato domestico risultano venduti direttamente attraverso il sistema di prenotazione *on line* presente nel proprio sito *internet* (cfr. grafico n. 1).

²³ Vd. doc. n. 16.

²⁴ Vd. doc. 11 e doc. n. 34.

²⁵ Come risulta dall'elaborazione dei dati di cui all'all. 8 al doc. 16.

GRAFICO N. 1



31. Sempre dalle informazioni fornite da Alitalia relativamente ai biglietti venduti attraverso il sistema di prenotazione *on line*²⁶, risulta che nel 2010:

a) gli acquisti effettuati con pagamento attraverso carta di credito rappresentano circa il 90%, mentre nel restante 10% degli acquisti la transazione è stata regolata mediante bonifico bancario o altri mezzi di pagamento; b) il *credit card surcharge* è stato applicato a circa il 60% dei biglietti acquistati²⁷, per un ricavo totale pari a [5 - 10 milioni di]* euro.

32. Alitalia ha rappresentato²⁸ che alcune specifiche tariffe non sono soggette al pagamento del supplemento in oggetto. Si tratta, precisamente: (i) dei biglietti relativi alle tratte in continuità territoriale (ad esempio quelle da e verso la Sardegna); (ii) delle tariffe promozionali classe “X” e (iii) delle tariffe in classe “R” (relative alle rotte di cui al provvedimento dell’Autorità del 3 dicembre 2008)²⁹.

33. Inoltre, sul sito *internet* in lingua italiana del professionista è possibile pagare i biglietti con modalità alternative alle carte di credito per le quali non è previsto l’addebito di alcun costo aggiuntivo: si tratta, in particolare, del

²⁶ È stato preso in considerazione specificatamente l’anno 2010 perché per il 2009 il *credit card surcharge* è stato applicato solo dal 18 a 31 dicembre.

²⁷ Elaborazione effettuata sulla base dei dati forniti dalla parte con riferimento ai biglietti venduti on line nel 2010, ove era specificato il numero di biglietti sui quali era applicato il supplemento.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

²⁸ Vd. doc. 37.

²⁹ Cfr. provvedimento n. 19248 del 3 dicembre 2008, C/9812 - Compagnia Aerea Italiana/Alitalia Linee Aeree Italiane - Airone, in Boll. n. 46/2008. Vd. anche memoria Alitalia del 14 febbraio 2011 (doc. n. 36).

pagamento effettuato mediante addebito diretto del prezzo del biglietto sul conto del consumatore presso Poste Italiane o presso le filiali del Gruppo Unicredit o, dal luglio 2010, del Gruppo Intesa San Paolo³⁰.

34. La società ha spiegato che in questi casi non è previsto alcun addebito al cliente perché questi mezzi di pagamento non generano alla compagnia nessun costo. Infatti, al momento del perfezionamento della transazione tramite tali strumenti di pagamento *“il consumatore è automaticamente reindirizzato dal sito web di Alitalia al sito web del Gruppo Poste Italiane, del Gruppo Unicredit o del Gruppo Intesa San Paolo sollevando di conseguenza Alitalia dagli oneri connessi alla sicurezza della transazione e dal danno economico derivante da eventuali frodi”*³¹.

35. Da accertamenti d’ufficio effettuati il 15 febbraio 2011 nei siti *internet* dedicati da Alitalia alla clientela di altri Paesi comunitari (nello specifico, Spagna, Francia, Germania, Regno Unito/Irlanda e Belgio³²), risulta che il prezzo dei biglietti aerei offerti è, già dalla *home page* e per tutto il processo di prenotazione *on line*, sempre comprensivo di ogni onere, senza dunque applicazione del supplemento per pagamento con carta di credito.

36. Infatti, in alcuni dei siti visitati la presenza della voce di costo connessa al pagamento con carta di credito è indicata solo nella schermata relativa ai “dettagli del biglietto”, dove il prezzo del biglietto acquistato è scomposto nelle componenti “tariffa”, “tasse” e “costi di emissione” (cfr. sito dedicato alla Spagna, al Regno Unito e Irlanda).

37. In altri siti oggetto della rilevazione del 15 febbraio 2011, invece, tale voce di costo non compare neppure nella sezione dedicata al dettaglio del prezzo del biglietto dove la scomposizione comprende, peraltro più correttamente, solo due voci: la tariffa e le tasse e supplementi (vd. Schermate nn. 5 e 6 tratte dal sito *internet* Alitalia dedicato alla Francia; doc. n. 38).

³⁰ Si tratta dei metodi di pagamento illustrati sul sito *internet* della compagnia, rispettivamente, sotto le voci “BancoPosta”; “PaOnline” e PagoInconto”. La società, con la memoria pervenuta il 15 febbraio 2011, ha altresì reso noto che è stata implementata un’ulteriore modalità di pagamento *on line* gratuita per “i pagamenti effettuati tramite PayPal, vale a dire un sistema associato a una carta di credito o di debito” (vd. doc. n. 37).

³¹ Cfr. doc. n. 16, cit.

³² Vd. doc. n. 38.

SCHERMATE N. 5 E 6 schermata del sistema di prenotazione *on line* del sito Alitalia dedicato alla Francia e relativa agli orari e costi (525,39 euro) per il volo prescelto Tolosa/Malpensa (doc. n. 38; frecce, cerchiatura, riquadri e note aggiunti).

Prima indicazione del prezzo: 525,39 €

VOL	DÉPART	ARRIVÉE	PREUX
AZ 7347	Toulouse, Blagnac samedi, 26 février, 12:00	Milan, Malpensa samedi, 26 février, 13:15	EUR 525,39 CONTINUEZ
AZ 1023	Milan, Malpensa samedi, 26 février, 19:25	Rome, Fiumicino samedi, 26 février, 20:40	

Détail du tarif:

1 Adulte(s):	EUR	447,00
Taxes et suppléments:	EUR	78,39
Total:	EUR	525,39

Règlement:

Type de carte: AMERICAN EXPRESS

Numéro de carte:

Code de contrôle: [Informations sur le code de contrôle](#)

Date d'échéance: Février 2011

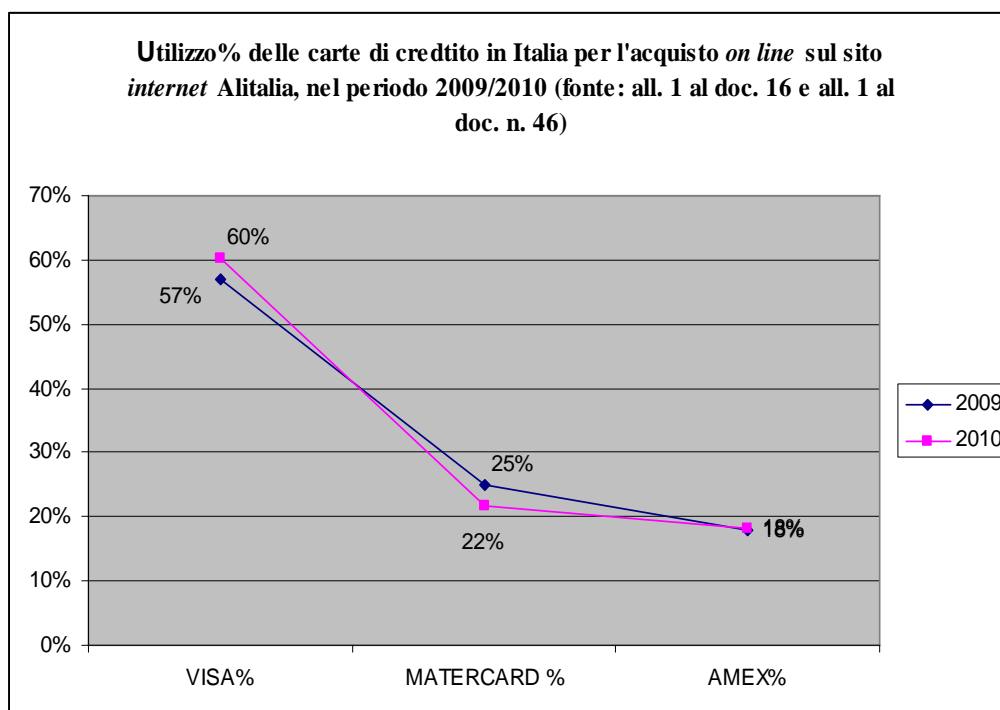
Nessun supplemento carta di credito è applicato

IV. Modalità di calcolo dell'importo del credit card surcharge

38. La società ha rappresentato che il supplemento in questione è un importo forfetario calcolato sulla base dei costi sostenuti³³.

39. La tabella che segue mostra, sulla base dei dati forniti dal professionista, che la carta di credito largamente più utilizzata per i pagamenti sul proprio sistema di prenotazione *on line* è la carta di credito Visa (vd. grafico n. 2).

GRAFICO N. 2



40. Sulla base dei dati forniti dalla compagnia aerea con specifico riferimento al 2010, risulta che:

- il prezzo medio di un biglietto venduto *on line* nel 2010 e acquistato con carta di credito è pari a [omissis] euro;
- la percentuale media ponderata della commissione che Alitalia paga ai circuiti è pari a [omissis]%³⁴.

³³ Vd. doc. n. 16.

³⁴

Commissioni (fonte: all. 3, 5, 6, 7 al doc. n. 16)	
Visa/Mastercard/Maestro	[omissis]
Amex	[omissis]
Diners	[omissis]
Commissione media	[omissis]

41. Sulla base di tali dati è possibile stimare che il costo sostenuto da Alitalia in relazione al pagamento con carta di credito è significativamente inferiore al supplemento applicato, e pari a circa [< 4] euro per biglietto.

V. Regime di rimborsabilità del credit card surcharge

42. Con riguardo al regime di rimborsabilità del *credit card surcharge*, la Parte ha dichiarato che esso segue “*in tutto e per tutto*” il regime proprio della tariffa prescelta³⁵.

43. Nei casi di applicazione del Regolamento (CE) n. 261/2008 il rimborso del supplemento in oggetto è, invece, sempre integrale quale che sia la “*tariffa prescelta*”³⁶.

B. Con riguardo alla pubblicazione sul sito internet in lingua italiana di Alitalia delle condizioni tariffarie solo in lingua inglese

44. La Parte, con la memoria pervenuta il 5 novembre 2010³⁷ ha comunicato che, a partire dal 7 ottobre 2010, ha rimosso il *link* ipertestuale che rinviava alle condizioni tariffarie redatte in lingua inglese, sostituendolo con una esposizione in lingua italiana delle singole condizioni che caratterizzano la tariffa prescelta (vd. schermata n. 7).

³⁵ Vd. doc. n. 16.

³⁶ Cfr. doc. n. 16.

³⁷ Vd. doc. n. 16.

Schermata n. 7 (doc. n. 40), riquadro aggiunto.

3) Le argomentazioni delle Parti

Segnalante interveniente

45. Con memoria pervenuta il 21 gennaio 2011³⁸, il segnalante ha rappresentato, in particolare, come lo scorporo dal prezzo del biglietto aereo di un onere connesso al pagamento *on line* con carta di credito si ponga in contrasto anche con il Decreto Legislativo n. 11/2010³⁹ di recepimento della Direttiva sui servizi di pagamento n. 2007/64/CE⁴⁰.

46. Infatti, il Legislatore italiano nel trasporre la richiamata direttiva si è avvalso della libertà, dalla stessa lasciata sul punto agli Stati membri, di

³⁸ Vd. doc. n. 29.

³⁹ D.Lgs 27 gennaio 2010, n. 11 “attuazione della Direttiva n. 2007/64/CE relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE, 2006/48/CE, e che abroga la direttiva 97/5/CE”, in GURI S.O., n. 29L, del 13 febbraio 2010).

⁴⁰ Direttiva n. 2007/64/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 13 novembre 2007 “relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle Direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE e 2006/48/CE, che abroga la direttiva 97/5/CE”, in GUCE L 319/1, del 5 dicembre 2007.

vietare espressamente l'imposizione di spese aggiuntive in caso di pagamento con carte di credito (art. 3, comma 4).

47. Con riferimento ai mezzi alternativi di pagamento esenti dall'addebito del sovrapprezzo in esame, il consumatore osserva che i conti correnti bancari o postali *on line* abbiano ancora una diffusione molto inferiore a quella delle carte di credito (come risulterebbe dai dati pubblicati dalla Banca Centrale Europea) e che, in ogni caso, l'accensione e il mantenimento di un conto corrente *on line* prevede spese annue stimabili tra i 100 e 150 euro, come risulterebbe da indagini di mercato della Banca d'Italia.

48. Concludendo sulla asserita scorrettezza dell'addebito di tale voce di costo ai clienti *on line* del sito *internet* di Alitalia, la Parte sottolinea come derivi dalle stesse condizioni generali di trasporto del vettore (presenti nel sito *internet*), che sembrerebbero escludere la possibilità di applicare alle tariffe aggravati di costo che non siano quelli rappresentati da: *“le tasse e gli altri oneri aggiuntivi applicabili al trasporto, non inclusi nelle tariffe, imposti per legge o richiesti dalle Autorità governative o da altre Autorità competenti. Tali tasse e oneri saranno comunicati al passeggero al momento dell'acquisto del biglietto”*.

Alitalia

A. Con riguardo al credit card surcharge

49. La società ritiene che l'informazione circa l'esistenza, importo e modalità di applicazione di un diritto amministrativo per il pagamento con carta di credito sia stata inserita nel proprio sito *internet* in lingua italiana con modalità del tutto idonee a rendere correttamente informato l'utente⁴¹.

50. Infatti, sin dalla *home page* sono indicati l'esistenza, l'importo e le modalità di applicazione del costo in questione, informazioni ulteriormente fornite nel corso dell'*iter* di prenotazione e ancora al momento dell'acquisto del biglietto. Inoltre, se è vero che l'importo di 5 euro a biglietto è aggiunto solo dopo la selezione del mezzo di pagamento, è altresì vero che nella pagina *“Acquista”* è riportato chiaramente, a fianco di ciascuna delle carte di credito accettate per il pagamento, l'importo aggiuntivo di 5 euro e che solo dopo aver selezionato una delle carte in questione tale importo viene aggiunto al totale.

⁴¹ Vd., in particolare, doc. n. 16.

51. Inoltre, la società sottolinea di aver apportato ulteriori modifiche al proprio sito *internet* in lingua italiana: **(i)** sostituendo la parola “*supplemento*” con “*diritto amministrativo*”; **(ii)** aggiungendo - nella pagina “*scegli il volo*” dell’*iter* di prenotazione *on line* in cui sono elencati i voli disponibili per le date e destinazioni scelte e nelle pagine successive “*Dettagli biglietto*” e “*Acquista*” - la frase “*le tariffe non comprendono il diritto amministrativo per le carte di credito e di debito calcolato per biglietto (5 € per Visa, American Express, MasterCard, Diners e Visa Electron)*”;)

52. Alitalia, nei propri scritti difensivi⁴², ha precisato che l’addebito oggetto del procedimento “*non è una commissione relativa all’utilizzo della carta di credito ma un onere pecuniario denominato “diritto amministrativo” applicato, a far data dal 18 dicembre 2009, nel sistema di acquisto on line della compagnia effettuato con carte di credito*”. Il suo importo, è sempre stato pari a 5 euro per biglietto ed è stato calcolato in modo forfettario tenendo presente i costi che il vettore sopporta sia nei confronti dei circuiti delle carte di credito accettate per il pagamento *on line* sia per garantire la sicurezza delle transazioni virtuali.

53. Secondo il professionista, l’importo dell’onere in questione può essere determinato solo forfettariamente, non essendo agevole calcolare, mediante una formula unica e univoca, il valore effettivo delle singole voci di costo sottostanti, soprattutto in considerazione dell’alea associata a talune di esse come, ad esempio, la difficoltà di prevedere e quantificare in anticipo il costo per la compagnia delle possibili frodi effettuate via *internet* con carte di credito o debito clonate.

54. Del resto, la connessione tra l’importo del diritto amministrativo in esame e i costi sostenuti dall’impresa per predisporre il servizio di pagamento *on line* con carta di credito, sarebbe confermata dalla gratuità dei mezzi di pagamento alternativi predisposti da Alitalia, in quanto non implicanti alcun onere economico per la compagnia.

55. Il professionista segnala, in proposito, l’implementazione di un altro mezzo di pagamento *on line* gratuito (PayPal) a cui faranno seguito ulteriori strumenti di pagamento (come Poste Mobile e Western Union).

56. Alitalia, a ulteriore conferma della legittimità dello scorporo di questa voce di costo dal prezzo del biglietto, sottolinea come sia prassi delle compagnie aeree e delle agenzie di viaggio prevedere, per l’acquisto di

⁴² Vd., in particolare, doc. n. 16.

biglietti aerei attraverso i vari canali di vendita, il pagamento di *fee* o diritti svincolati dalla tariffa del biglietto e volti a compensare i costi di prenotazione, di emissione e di gestione del canale di vendita stesso⁴³. Del resto, nel fissare l'ammontare del "diritto amministrativo", il professionista dichiara di aver tenuto conto anche dell'ammontare fissato per analoga *fee* da altri vettori aerei.

57. Alitalia sottolinea, infine, come le vendite attraverso il canale *web* siano largamente inferiori a quelle effettuate tramite il canale agenziale. Infatti, le vendite realizzate in Italia tramite agenzie di viaggio sono superiori alla somma dei biglietti venduti tramite i restanti canali (i.e. sito *internet*, *Call center* e biglietterie) e, nel 2009, il venduto tramite agenzia è stato pari al triplo di quello realizzato *on line* e, nel 2010, quasi al doppio⁴⁴.

B. Con riguardo alla pubblicazione sul sito internet in lingua italiana di Alitalia delle condizioni tariffarie solo in lingua inglese

58. Con riguardo alla contestazione in oggetto, Alitalia ha anzitutto eccepito che nel proprio portale *web* in lingua italiana le condizioni tariffarie sono sempre state fornite in italiano fin dalla fase iniziale del processo di prenotazione *on line* caratterizzata dalla rappresentazione grafica dei vari tipi di profili tariffari disponibili e dalla descrizione sintetica delle relative caratteristiche di utilizzo e limitazioni.

59. Nella fase di acquisto del biglietto dove si richiede al consumatore di accettare le regole tariffarie è presente un *link* ipertestuale che rinvia a un documento redatto in lingua inglese dove sono descritte le regole applicabili ai singoli profili tariffari completate da alcuni dettagli di tipo tecnico.

60. In merito la società, con la memoria pervenuta il 5 novembre 2010, ha informato di aver rimosso, a far data dal 7 ottobre 2010, il *link* ipertestuale che rinvia alle regole tariffarie in lingua inglese e di aver meglio dettagliato e completato le informazioni tariffarie rese in italiano al consumatore nella fase iniziale e nel prosieguo del processo di prenotazione *on line*. In particolare viene chiarito il regime di rimborsabilità e modificabilità del biglietto, le eventuali condizioni economiche e temporali cui è subordinato l'esercizio del relativo diritto da parte del consumatore ed è sempre presente l'indicazione circa il diritto di Alitalia di verificare il corretto utilizzo sequenziale del biglietto acquistato.

⁴³ Vd. doc. n. 16.

⁴⁴ Vd. doc. n. 16.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

61. Poiché le pratiche commerciali oggetto del presente provvedimento sono state diffuse a mezzo *internet*, in data 22 febbraio 2011 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo⁴⁵.

62. Con parere pervenuto in data 5 aprile 2011, l'AGCOM ha ritenuto che le pratiche commerciali in esame risultano scorrette ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

63. Con riguardo alla prima pratica contestata al professionista, l'AGCOM ha ritenuto le modalità adottate dalla società per rappresentare il costo del pagamento *on line* con carta di credito, inidonee, per la loro scarsa evidenza grafica, a garantire ai consumatori un'informazione trasparente circa il costo complessivo dei voli aerei. Il consumatore, infatti, è indotto a credere che il costo finale del servizio offerto sia quello esposto in evidenza nella *home page* del sito *internet* del professionista

64. L'AGCOM ha, del pari, ritenuto scorretta la redazione in lingua inglese, nel sito *internet* in italiano del professionista, delle regole tariffarie perché *“non consente ai consumatori a cui devono essere destinate le informazioni stesse, necessariamente in lingua italiana, di averne chiara e immediata contezza”*.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

65. Nel seguito del provvedimento sono valutate separatamente le condotte del professionista (descritte ai precedenti paragrafi II e III), in quanto idonee a integrare due distinte pratiche commerciali.:

- A) l'applicazione del supplemento carta di credito al prezzo dei biglietti;
- B) la pubblicazione sul sito *internet* italiano delle condizioni tariffarie in lingua inglese.

⁴⁵ Vd. doc. n.. 48.

A. Con riguardo al credit card surcharge

66. Il procedimento in esame è diretto a verificare la correttezza delle modalità di presentazione delle tariffe offerte per il servizio di trasporto aereo dal vettore Alitalia ai consumatori, con specifico riferimento al proprio sito *internet* e al relativo sistema di prenotazione *on line* e con particolare riguardo alla previsione di un ulteriore onere, connesso al pagamento del biglietto con carta di credito/debito (cd. *credit card surcharge*) ed esplicitato solo al termine del processo di prenotazione.

67. Per i motivi di seguito illustrati, tale pratica commerciale risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 e 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo, in quanto suscettibile, attraverso lo scorporo di un onere non eventuale, falsamente rappresentato come un costo non preventivabile *ex ante* ed esterno al controllo del vettore, di indurre in errore il consumatore medio circa il prezzo effettivo del servizio offerto. In particolare, premesso il contesto normativo di riferimento, le argomentazioni che seguono riguardano la riscontrata scorrettezza della pratica in contestazione rispetto: *(i)* ai principi di trasparenza informativa che devono essere osservati dal professionista, indipendentemente dal mezzo di comunicazione utilizzato, ai fini di una corretta rappresentazione del costo di un biglietto aereo; *(ii)* alla reale natura e alle modalità di calcolo del supplemento di 5 euro per biglietto, addebitato dal professionista a titolo di *credit card surcharge*.

68. Infatti, il prezzo dei biglietti per il trasporto aereo deve essere chiaramente e integralmente indicato, sin dal primo contatto con il consumatore in modo da rendere immediatamente e chiaramente percepibile l'esborso finale necessario per il suo acquisto. Tale principio trova conferma non solo nella giurisprudenza del giudice amministrativo, ma anche nella normativa nazionale (Legge n. 40/2007⁴⁶), negli orientamenti espressi dalla Commissione a seguito dell'indagine (*sweep*) condotta nel 2007 per l'applicazione della Direttiva sulle pratiche commerciali scorrette⁴⁷ e, più

⁴⁶ Legge 2 aprile 2007, n. 40 di “conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 31 gennaio 2007, n. 7, recante misure urgenti per la tutela dei consumatori, la promozione della concorrenza, lo sviluppo di attività economiche e la nascita di nuove imprese”, in GURI, S.O., n. 77/2007. L'art. 3, comma 1, della legge n. 40/2007 - rubricato “Trasparenza delle tariffe aeree” - statuisce che: “Al fine di favorire la concorrenza e la trasparenza delle tariffe aeree, di garantire ai consumatori un adeguato livello di conoscenza sugli effettivi costi del servizio, nonché di facilitare il confronto tra le offerte presenti sul mercato, sono vietati le offerte e i messaggi pubblicitari di voli aerei recanti l'indicazione del prezzo al netto di spese [...]”.

⁴⁷ L'iniziativa, cui hanno partecipato quindici Autorità nazionali competenti e la Norvegia, ha riguardato i siti internet di oltre cento compagnie aeree. I risultati dello *sweep* e il relativo comunicato stampa sono consultabili sul sito internet http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/sweep/index_en.htm.

recentemente, nel Regolamento CE n. 1008/2008 (di seguito anche “il Regolamento comunitario”)⁴⁸.

69. Più in dettaglio, con riguardo alle modalità di presentazione delle tariffe aeree, il citato Regolamento comunitario dispone:

(i) che la tariffa aerea sia indicata, quale che sia il mezzo di comunicazione utilizzato per la sua offerta - compreso *internet* - “*all inclusive*”: specificamente “*Il prezzo finale da pagare è sempre indicato e include tutte le tariffe aeree passeggeri o merci applicabili, nonché tutte le tasse, i diritti ed i supplementi inevitabili e prevedibili al momento della pubblicazione*”;

(ii) la specificazione delle singole voci di costo (il cd. *breakdown of the price*). In particolare, oltre all’indicazione del prezzo finale debbono essere specificati almeno i seguenti elementi: tariffa aerea passeggeri e merci; tasse, diritti aeroportuali, altri diritti, tasse o supplementi connessi, ad esempio, alla sicurezza o ai carburanti;

(iii) che i costi per i servizi opzionali, devono essere: “[...] *comunicati in modo chiaro, trasparente e non ambiguo all’inizio di qualsiasi processo di prenotazione e la loro accettazione da parte del passeggero deve avvenire sulla base dell’esplicito consenso dell’interessato (“opt-in”)*”.

70. L’offerta tariffaria pubblicizzata attraverso il sito *internet* in lingua italiana di Alitalia, dove i consumatori possono trovare le varie offerte promozionali e il sistema di prenotazione *on line*, dove i consumatori possono ricercare, verificare e acquistare l’offerta per le tratte e le date servite dalla compagnia aerea, così come rilevato nel corso di accertamenti istruttori⁴⁹, non appare conforme ai richiamati principi di trasparenza e completezza informativa.

71. Il prezzo del biglietto, indicato al consumatore nelle promozioni e/o all’inizio del processo di prenotazione, non comprende l’importo del *credit card surcharge*: tale supplemento è aggiunto automaticamente alla tariffa inizialmente indicata (e agli altri servizi opzionali eventualmente scelti) al termine del processo di prenotazione, al momento della scelta della carta di credito con cui effettuare il pagamento del servizio. Prima della conclusione del processo di prenotazione *on line*, l’informazione circa l’esistenza e l’importo del supplemento viene fornita - come ampiamente descritto nei paragrafi che precedono e conformemente a quanto ritenuto dall’AGCOM

⁴⁸ Regolamento (CE) n. 1008/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 settembre 2008, “recante norme comuni per prestazione di servizi aerei nella Comunità”, in GUCE, L 293/3, del 31 ottobre 2008.

⁴⁹ Vd. doc. nn. 11, 38 e 40.

nel proprio parere - con modalità inidonee a rappresentare adeguatamente al consumatore il prezzo del servizio offerto.

72. Tale supplemento, tuttavia, non corrisponde a un servizio diverso e ulteriore, rispetto a quello di trasporto, ma risulta inscindibilmente connesso alle modalità di pagamento accettate dal professionista per regolare le transazioni effettuate *on line* sul proprio sito *internet* in lingua italiana. Si tratta, pertanto, di una componente di costo del servizio offerto dal professionista, come tale non separabile dal prezzo del biglietto aereo.

73. La reale natura del *credit card surcharge*, come elemento del servizio di trasporto e componente del relativo prezzo, risulta del resto confermata dai seguenti elementi: a) dal regime di rimborso di tale supplemento, che segue “*in tutto e per tutto*” il regime di rimborsabilità proprio della tariffa prescelta⁵⁰; b) dall’affermazione del professionista secondo cui tale addebito “*è volto essenzialmente a compensare la compagnia dei costi da essa sostenuti per la gestione del sistema di acquisto dei biglietti on line tramite carta di credito o di debito*”⁵¹; c) dal comportamento dell’impresa, che ha introdotto la pratica in esame a partire da una certa data, ovvero dal 18 dicembre 2009 mentre ha iniziato ad operare nel gennaio 2009. Inoltre, gli accertamenti svolti hanno evidenziato che tale onere non è scorporato dal prezzo dei biglietti aerei offerti nei siti *internet* di Alitalia dedicati ai consumatori residenti in altri paesi UE.

74. Posto che ai fini della valutazione di scorrettezza della pratica commerciale in esame è del tutto irrilevante l’esistenza o meno nel sito *internet* in lingua italiana del professionista di modalità di pagamento degli acquisti alternative e gratuite rispetto all’addebito su carta di credito⁵², è tuttavia pacifico che rimane nella piena disponibilità dell’impresa l’applicazione di sconti e riduzioni di prezzo in corrispondenza di particolari circostanze quali, ad esempio, l’utilizzo di specifici strumenti di pagamento, come l’addebito sul conto corrente bancario o postale, che si intendano favorire per motivi di efficienza o convenienza economica.

75. Nel caso in esame e sulla base delle informazioni fornite dal professionista, il sovrapprezzo in contestazione risulta applicato alla maggior parte delle vendite *on line* regolate mediante carta di credito tenendo conto che la parte non gravata dal supplemento si riferisce sostanzialmente a

⁵⁰ Vd. doc. n. 16.

⁵¹ Cfr. doc. n. 16.

⁵² Infatti, i richiamati principi di trasparenza tariffaria (ora espressamente codificati dalla normativa comunitaria) prescrivono in ogni caso il divieto di scorporo dal prezzo del biglietto aereo, comunque reclamizzato, di voci di costo che non riguardano servizi diversi da quello del trasporto passeggeri.

biglietti aerei relativi a tariffe che non sono nella piena disponibilità della compagnia aerea (biglietti per rotte in continuità territoriale e biglietti per le rotte oggetto del provvedimento AGCM del 3 dicembre 2008). Ne discende che, nell'ambito delle transazioni effettuate *on line* tramite il sito *internet* in lingua italiana della compagnia aerea, l'applicazione del supplemento rappresenta sostanzialmente la regola, piuttosto che l'eccezione, o anche solo una circostanza meramente eventuale. In proposito, occorre, altresì, rilevare che, complessivamente, il venduto *on line* in Italia di Alitalia rappresenta una parte significativa del suo *business*, rappresentando oltre 2 milioni di biglietti, pari a circa un quarto del venduto 2010.

76. In merito allo scorporo del *credit card surcharge* dal prezzo del biglietto aereo assume rilievo, oltre ai richiamati principi di trasparenza tariffaria, anche l'art. 3, comma 4, del Decreto Legislativo n. 11/2010⁵³, di recepimento della Direttiva (CE) n. 2007/64⁵⁴, sui servizi di pagamento nel mercato interno, in forza del quale “*il beneficiario non può applicare spese al pagatore per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento*”, mentre è consentito, ai sensi del comma 3 dello stesso articolo, applicare uno sconto nel caso di utilizzo di un particolare strumento di pagamento.

77. Il legislatore italiano ha, quindi, chiaramente optato per l'adozione di un regime particolarmente stringente in sede di trasposizione della richiamata Direttiva, che pure rimetteva agli Stati membri la libertà di applicare o meno la regola del cd. *surcharge* (i.e. la possibilità per il beneficiario di applicare spese al pagatore per l'utilizzo di un determinato strumento di pagamento).

78. L'elaborazione dei dati forniti dal professionista consentono inoltre di concludere che l'importo del supplemento in oggetto non corrisponde affatto ai costi asseritamente imposti dai circuiti delle carte di credito accettate per il pagamento *on line* dei biglietti, risultando rispetto ad essi, significativamente superiore; circostanza che rafforza la valutazione di scorrettezza delle informazioni fornite dal professionista sul prezzo dei biglietti.

79. A questo deve aggiungersi che il professionista ha incluso nell'importo del *credit card surcharge* anche i propri costi interni derivanti dalla gestione del sistema per il pagamento *on line*, nonché costi presunti imputati al contrasto di eventuali frodi informatiche perpetrate attraverso carte di credito

⁵³ D.Lgs 27 gennaio 2010, n. 11 “attuazione della Direttiva n. 2007/64/CE relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE, 2006/48/CE, e che abroga la direttiva 97/5/CE”, in GURI S.O., n. 29L, del 13 febbraio 2010).

⁵⁴ Direttiva n. 2007/64/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 13 novembre 2007 “relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, recante modifica delle Direttive 97/7/CE, 2002/65/CE, 2005/60/CE e 2006/48/CE, che abroga la direttiva 97/5/CE”, in GUCE L 319/1, del 5 dicembre 2007.

o debito clonate; costi che il vettore dovrebbe, in ogni caso, sostenere quale che fosse il sistema di pagamento adottato.

80. In tal modo, il professionista non solo ha contravvenuto, nelle modalità di rappresentazione del costo dei biglietti aerei offerti, agli obblighi di trasparenza in precedenza evidenziati, ma ha, altresì, fuorviato i consumatori lasciando loro impropriamente intendere che il supplemento richiesto alla fine del processo di prenotazione *on line* corrisponda ai costi sostenuti nei confronti dei circuiti delle carte di credito accettate per il pagamento e sia, in quanto tale, totalmente estraneo al controllo e alla politica tariffaria di Alitalia.

81. La scorrettezza della pratica commerciale risulta, infine, dalle stesse modalità utilizzate dal professionista per indicare la presenza e i criteri di applicazione del supplemento nel proprio portale *web* in lingua italiana.

82. Infatti, nella *home page* di Alitalia l'informazione sull'esistenza, l'entità, il meccanismo e l'ambito di applicazione del sovrapprezzo è raggiungibile solo tramite un *link* ipertestuale posto in corrispondenza delle voci "*metodi di pagamento*" o "*E-services*". Inoltre, i prezzi delle tratte aree oggetto di specifica promozione nella *home page* sono sempre indicati al netto di tale costo aggiuntivo e con l'ulteriore specifica "*tasse incluse*" o "*tutto incluso*", idonea a ingenerare il falso convincimento che il prezzo indicato si comprensivo di tutti i costi a carico del consumatore.

83. Nel corso del processo di prenotazione *on line* e solo dopo gli interventi correttivi posti in essere dal professionista nel corso del procedimento, l'informazione è stata inserita in appositi *box*, ma il prezzo del biglietto è sempre indicato al netto di tale supplemento, che non risulta incluso neppure nella sezione dedicata al dettaglio del prezzo.

84. In conclusione, e contrariamente a quanto argomentato sul punto da Alitalia, la presentazione delle tariffe dei servizi di trasporto offerti dal professionista attraverso lo scorporo dell'importo del *credit card surcharge* dal prezzo del biglietto, nelle offerte tariffarie promozionali presenti sul proprio sito *internet* o all'inizio del processo di prenotazione *on line*, così come le modalità utilizzate per informare i consumatori circa la presenza di tale supplemento, non rispondono ai criteri di trasparenza e completezza informativa cui il professionista deve attenersi quando promuove la propria offerta tariffaria e, di conseguenza, non consentono al consumatore, sin dal primo contatto (*i.e.*, nel caso di specie, dalla consultazione della *home page*), di conoscere l'effettivo prezzo del biglietto, comprensivo dell'insieme di voci di costo che lo compongono (secondo la classificazione di tariffa, tasse

e supplementi). Per tali ragioni, la pratica commerciale posta in essere dal professionista integra una violazione degli artt. 20, comma 2 e 21, comma 1, lettera *d*), del Codice del Consumo.

85. Nel caso di specie, la condotta del vettore risulta non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile, avuto riguardo alla qualità del professionista stesso e alle caratteristiche dell'attività svolta. Il rispetto dei generali principi di correttezza e buona fede, declinati anche alla luce delle prescrizioni normative nazionali e comunitarie, impone infatti ai vettori aerei di assicurare, nelle proprie comunicazioni commerciali, la trasparenza tariffaria e la chiarezza delle informazioni fornite ai consumatori, al fine di consentire loro una piena e immediata percezione degli elementi essenziali delle offerte proposte; trasparenza e chiarezza che, nel caso in esame, risultano compromesse per effetto dell'indebito scorporo dal prezzo del biglietto di un onere economico non eventuale e ragionevolmente prevedibile *ex ante* e, come tale, interamente riconducibile alla politica tariffaria del professionista.

B. Con riguardo alla pubblicazione sul sito internet in lingua italiana di Alitalia delle condizioni tariffarie solo in lingua inglese

86. La pubblicazione, in una lingua diversa, delle condizioni tariffarie nel sito *internet* in lingua italiana del vettore risulta ugualmente scorretta perché, come rilevato dall'AGCOM nel proprio parere, non consente all'utente una immediata e chiara comprensione degli aspetti essenziali del contratto di trasporto.

87. Le condizioni tariffarie - che il consumatore deve espressamente accettare, attraverso apposito segno di spunta, per poter procedere all'acquisto *on line* dei biglietti aerei offerti dal professionista - contengono, infatti, regole fondamentali relative al servizio oggetto di acquisto come, in particolare, quelle relative alla validità, all'utilizzo sequenziale e alla rimborsabilità del titolo di viaggio.

88. La scorrettezza relativa alla pubblicazione di tali regole in una lingua diversa da quella del consumatore destinatario delle offerte promosse nel sito *internet* del professionista, è stata riconosciuta anche dalla Commissione europea a seguito del richiamato *sweep* del 2007 nel settore dell'offerta *on line* di servizi di trasporto aereo passeggeri.

89. In senso contrario, non può eccepirsi che tale documento in lingua inglese abbia un contenuto di mero dettaglio rispetto a quanto già esposto in

italiano nel sistema di prenotazione *on line* con riguardo alla specifica tariffa scelta, perché la necessità di accettare espressamente quanto in esso riportato per poter procedere all'acquisto è quanto meno idonea a indurre in confusione circa il reale contenuto delle regole tariffarie applicabili al caso concreto. Del resto, il professionista ha spontaneamente avvertito l'esigenza di rendere maggiormente chiara e completa l'esposizione in italiano delle condizioni tariffarie sul proprio portale.

90. Di conseguenza, l'omessa pubblicazione in lingua italiana delle Condizioni generali di trasporto - fino al 7 ottobre 2010 - integra una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ad aspetti essenziali del rapporto contrattuale con il professionista.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

91. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

92. Inoltre, nel caso di procedimenti che abbiano ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come l'articolo 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689, enunciando principi generali in materia di sanzioni amministrative, sia pienamente applicabile anche alle materie di competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato⁵⁵.

93. Alla luce del quadro giurisprudenziale così delineato, poiché nel presente procedimento sono state accertate due distinte pratiche commerciali, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale, poste in essere con condotte prive del requisito dell'unitarietà, non risulta applicabile né l'istituto del concorso formale, né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione del criterio del cumulo di materiale delle sanzioni.

⁵⁵ Cfr.: Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenze n. 26 del 2007 e n. 1271 del 2006.

94. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

95. Con riguardo alla gravità di entrambe le violazioni, si tiene conto della dimensione del professionista, trattandosi di un vettore di linea che ha continuato l'attività della precedente compagnia di bandiera, peraltro operante in alcune rotte particolarmente redditizie in regime di sostanziale monopolio, nonché dell'idoneità della pratica a raggiungere un numero considerevole di consumatori considerato, in particolare, che l'acquisto di biglietti attraverso il sistema di prenotazione presente sul sito *internet* di Alitalia rappresenta circa un quarto del venduto complessivo dalla compagnia.

96. Con specifico riguardo alla violazione relativamente alla pratica *sub A*), la gravità dell'infrazione deve inoltre apprezzarsi in relazione al pregiudizio economico per i consumatori, indirettamente desumibile dall'entità complessiva delle somme ad essi addebitate a titolo di *credit card surcharge*, pari, nel 2010, a [5 - 10 milioni di] euro.

97. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere a partire dal 18 dicembre 2009 ed è tuttora in corso.

98. In considerazione di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione nella misura di 95.000 €(novantacinquemila euro).

99. In considerazione della situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Alitalia S.p.A. nella misura di 80.000 € (ottantamila euro).

100. Con riferimento alla pratica *sub B*), la pratica risulta essere stata attuata almeno a partire dal 1° ottobre 2009 (cfr. par. 9) sino al mese di ottobre 2010.

101. Alla luce di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione nella misura 40.000 €(quarantamila euro).

102. In considerazione della sua situazione economica del professionista, che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa

pecuniaria applicabile alla società Alitalia S.p.A. nella misura di 25.000 € (venticinquemila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte e in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prezzo effettivo dei servizi di trasposto aereo offerti dal professionista;

RITENUTO, inoltre, sulla base delle considerazioni suesposte e in conformità al parere dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22, del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione alle condizioni che regolano il rapporto contrattuale con il professionista;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera A), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Alitalia - Compagnia Aerea Italiana S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2 e 21, comma 1, lettera d), del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera B), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Alitalia - Compagnia Aerea Italiana S.p.A., costituisce per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 21, e 22, del Codice del Consumo, e ne vieta l’ulteriore diffusione;

c) di irrogare alla società Alitalia - Compagnia Aerea Italiana S.p.A., per l'infrazione di cui alla lettera a), una sanzione amministrativa pecuniaria di 80.000 €(ottantamila euro);

d) di irrogare alla società Alitalia - Compagnia Aerea Italiana S.p.A., per l'infrazione di cui alla lettera b), una sanzione amministrativa pecuniaria di 25.000 €(venticinquemila euro);

e) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di trenta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a) della presente delibera.

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c) e d) devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

Ai sensi dell'art. 37, comma 49 del decreto legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento medesimo. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'art. 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera *b*), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà